

## ABSTRAK

Pada penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh promosi, citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk Handphone Vivo di Galeri Vivo Plasa Marina dan WTC Kota Surabaya.

Yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah pembeli Galeri Handphone Vivo yang berada di Plasa Marina dan WTC Kota Surabaya yang pernah melakukan pembelian dan memakai Handphone merek Vivo. Sumber data yang dipakai yaitu data primer, metode teknik pengambilan sampel ini menggunakan metode *sampling incidental* dengan menggunakan jumlah sampel sebanyak 98 responden. Metode analisis penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan alat bantu SPSS (*Statistical Product and Service Solution*). Uji asumsi klasik yang digunakan telah memenuhi kriteria yang ditentukan; uji t dan regresi menunjukan variabel promosi, citra merek, harga, dan kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian.

Perusahaan Vivo diharapkan untuk memperhatikan strategi penetapan promosi, citra merek, harga, dan kualitas produk karena dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan konsumen.

Kata Kunci : Promosi, Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

## **ABSTRACT**

This research aimed to examine the effect of promotion, brand image, price and product quality on the buying decision of Vivo mobile phone at Marina Plaza and WTC, Surabaya.

The population was the buyers of Vivo mobile phone Gallery at Marina Plaza and WTC, Surabaya who buy and use the product. While, the data were primary. Moreover, the sampling collection technique used incidental sampling with 98 respondents at sampel. In addition, the data analysis technique used multiple linear regression whit SPSS (Statistical Product and Service Solution).

The research result concluded classical assumption test had fulfilled the criteria given. Moreover; T-test and regression test showed promotion, brand image, price and product quality had significant and positive effect on the buying decision. In addition, Vivo company expeted to consider the promotion strategy, brand image, price and product quality as it could affect the consumer buying decision.

**Keywords:** Promotion, Brand Image, Product Quality and Buying Decision



